

Progetto ViviVero

Il progetto è stato elaborato su mandato della Direzione generale famiglia, solidarietà sociale, disabilità e pari opportunità, tramite Decreto del Direttore Generale n. 17277 del 27.11.25

Il progetto ha visto i contributi della UO a valenza regionale Promozione della Salute – ATS Milano

Sommario

1.	ABSTRACT	4
2.	Prefazione	5
3.	Obiettivi della Comunicazione	6
4.	Cornice di Riferimento: il Modello SPS - Scuole che Promuovono Salute	7
5.	Target Primario e Secondario	9
6.	Strategia Comunicativa Generale	11
7.	Canali e Linguaggi	14
8.	Format e Contenuti	16
9.	Ruolo della Scuola come Agenzia Educativa di Comunità	18
10.	Call to Action Studentesca	20
11.	Motivazioni dell'Uso dei Social Media e Benefici Attesi	22
12.	Fasi Operative del Progetto – fase pilota	25
13.	La possibile estensione del progetto a livello regionale	29
14.	Risorse Scientifiche e Comunicazione coinvolte nel modello operativo	32
15.	Governance e Stakeholder coinvolti	34
16.	Eventi e Incontri Significativi	36
17.	Presentazione al Coordinamento Rete SPS Lombardia	39
18.	L'ipotesi di uno Studio mirato	40

1. ABSTRACT

ViviVero nasce con l'obiettivo di promuovere, tra gli adolescenti delle scuole secondarie, uno stile di vita sano e consapevole, attraverso una comunicazione efficace, partecipativa e coerente con i linguaggi dei giovani.

Partendo da una visione condivisa tra istituzioni scolastiche, sanitarie e territoriali, ViviVero si proporrà come un modello replicabile di **prevenzione primaria**, attento alla sfera fisica, emotiva e relazionale degli studenti.

Il cuore del progetto sarà la **comunicazione peer-to-peer**, che vede i giovani non solo come destinatari, ma come **attori protagonisti** della diffusione dei messaggi educativi. Attraverso contenuti digitali nativi e strumenti familiari (social media, micro-video, podcast, sfide online), il progetto intende generare **un impatto autentico**, emotivo e sostenibile.

La scuola viene riconosciuta non solo come contesto di diffusione, ma come **infrastruttura viva di cambiamento sociale**, grazie al coinvolgimento diretto di docenti, famiglie e amministrazioni locali.

Promosso da Regione Lombardia e in coerenza con il modello delle **Scuole che Promuovono Salute (SPS)**, il progetto intende sperimentare modalità nuove di educazione alla salute, capaci di parlare ai giovani attraverso linguaggi contemporanei, strumenti digitali e dinamiche di partecipazione attiva.

L'impianto metodologico del progetto si fonda su un approccio educativo positivo e non prescrittivo, orientato a valorizzare la responsabilità personale, la consapevolezza e il protagonismo degli studenti. In questa prospettiva la comunicazione non viene utilizzata come semplice veicolo informativo, ma come strumento educativo capace di attivare dinamiche peer-to-peer e processi di riflessione condivisa all'interno delle comunità scolastiche.

Fin dalla sua progettazione iniziale ViviVero è stato concepito come **un modello sperimentale replicabile**, in grado di essere adattato progressivamente a contesti territoriali diversi mantenendo coerenza metodologica e qualità educativa.

2. Prefazione

Negli ultimi anni, il tema della prevenzione e del benessere giovanile è entrato stabilmente nel dibattito pubblico. Spesso, però, lo ha fatto attraverso interventi frammentati, iniziative episodiche o campagne pensate più per rispondere a un'urgenza comunicativa che per costruire un impatto duraturo. In questo scenario, il progetto *ViviVero* si colloca in modo consapevolmente diverso.

ViviVero nasce come iniziativa pilota ad alto valore istituzionale, con l'obiettivo di sperimentare un modello nuovo di relazione tra politiche pubbliche, scuola, comunità educante e giovani. *ViviVero* è un dispositivo strutturato che prova a tenere insieme indirizzo politico, rigore scientifico, responsabilità educativa e linguaggi contemporanei.

L'ambizione di *ViviVero* è quella di offrire una cornice affidabile entro cui la prevenzione possa essere ripensata come processo continuo e condiviso. Un laboratorio che mette al centro la qualità del metodo prima ancora della visibilità dei risultati, e che sceglie deliberatamente la strada della sperimentazione graduale controllata e dell'ascolto dei territori.

È in questa prospettiva che il progetto assume un significato che va oltre il contesto in cui nasce. *ViviVero* è pensato fin dall'inizio come un modello adattabile e capace di dialogare con realtà diverse senza perdere coerenza, di crescere mantenendo un equilibrio tra indirizzo centrale e autonomia locale. Un approccio che guarda al futuro delle politiche giovanili come infrastruttura culturale e istituzionale.

Le pagine che seguono raccontano la visione che guida il progetto: una base solida su cui costruire, insieme, un possibile sviluppo più ampio, capace di superare i confini territoriali e di contribuire a una riflessione nazionale sul modo in cui oggi si può e si deve parlare ai giovani, con serietà e rispetto senza perdere di vista la visione pubblica.

3. Obiettivi della Comunicazione

Nel progetto *ViviVero*, la comunicazione non è un'azione accessoria né un abbellimento superficiale: sarà **una leva funzionale e progettuale**, fondata su **logiche misurabili, replicabili e finalizzate a generare impatto concreto**. Le scelte comunicative non saranno casuali, né lasciate alla creatività fine a sé stessa. Saranno invece costruite su una **metodologia sperimentata**, che parte dal target (ragazzi 13–17 anni), studia i canali più efficaci, seleziona i contenuti adatti, e ne valuta i risultati in modo continuo.

Il principio guida è semplice: **parlare ai giovani nei loro spazi e nei loro linguaggi**, con messaggi che abbiano una **base educativa e scientifica** ma che possano essere **riconosciuti, accettati e condivisi** nel quotidiano scolastico e personale digitale. La comunicazione, in questo scenario, **non sostituisce il contenuto educativo**, ma lo accompagnerà e lo renderà più accessibile. Per farlo, si fonderà su una struttura chiara di obiettivi, che sono al tempo stesso culturali, operativi e misurabili.

Obiettivo 1 – Rendere gli studenti parte attiva del cambiamento

Il linguaggio sarà coerente con il target, e gli studenti diventeranno **protagonisti** della diffusione dei messaggi: co-creatori, ambasciatori e facilitatori tra pari.

Obiettivo 2 – Facilitare il passaggio tra contenuto tecnico e ricezione quotidiana

La comunicazione dovrà **tradurre contenuti sanitari o educativi in esperienze concrete**, comprensibili e legate alla quotidianità degli studenti, senza semplificazioni scorrette.

Obiettivo 3 – Integrare la comunicazione nei flussi scolastici esistenti

La strategia sarà progettata per entrare facilmente in ciò che la scuola già fa: **PCTO, educazione civica, laboratori, gruppi classe, eventi**.

Obiettivo 4 – Attivare una comunicazione reticolare tra pari

Il passaggio chiave sarà la **propagazione del messaggio attraverso gli stessi studenti** (peer-to-peer), supportata da strumenti e contenuti digitali pensati per la condivisione.

Obiettivo 5 – Coinvolgere il contesto educativo e territoriale

La comunicazione parlerà anche a **docenti, famiglie e amministrazioni locali**, in modo coerente ma su piani distinti, per generare una vera **comunità educante** attorno al progetto.

4. Cornice di Riferimento: il Modello SPS - Scuole che Promuovono Salute

Lo scenario *ViviVero* si inserisce pienamente nel quadro metodologico e valoriale del modello **SPS Lombardia – Scuole che Promuovono Salute**, promosso a livello nazionale e regionale con il supporto di ATS, USR, ASL e reti scolastiche.

Il modello SPS considera la scuola **non solo come luogo di apprendimento**, ma come una vera **agenzia educativa di comunità**, capace di promuovere benessere e salute in modo sistemico, continuo e trasversale.

4.1 I pilastri del modello SPS

Secondo il paradigma SPS, la promozione della salute si fonda su:

- **Approccio integrato:** coinvolge scuola, famiglia, territorio e istituzioni in un'azione coordinata.
- **Attivazione degli studenti:** i giovani non sono semplici destinatari, ma parte attiva nei processi educativi.
- **Contesto scolastico trasformativo:** ogni scuola può diventare spazio di cambiamento e crescita personale e collettiva.
- **Valorizzazione delle reti:** i progetti si sviluppano all'interno di reti di scuole, in una logica di condivisione e co-progettazione.

4.2 ViviVero nel Modello SPS

All'interno di questo quadro, *ViviVero* rappresenterà:

- **una declinazione operativa e digitale dell'approccio del modello SPS**, specificamente pensata per la fascia 13–17 anni;
- uno strumento per **tradurre in contenuti e azioni** i principi del benessere psico-fisico, dell'autonomia e della consapevolezza;
- un progetto che **valorizzerà le reti esistenti** e che può essere integrato nei **PCTO**, nei **laboratori interdisciplinari**, e nei percorsi di educazione civica già attivi.

4.3 Modello SPS – Esempio/Ipotesi Modello ViviVero Applicato

Definizione sintetica:

Il modello SPS promuove **una scuola che diventa spazio attivo di benessere**, con studenti, docenti e famiglie coinvolti in progetti condivisi, continui e integrati.

Esempio pratico SPS:

Una scuola secondaria aderente alla rete “Scuole che Promuovono Salute” avvia un laboratorio sull’alimentazione sana:

- I docenti costruiscono un modulo interdisciplinare.
- Gli studenti lavorano in gruppo su un tema (“una merenda che fa bene”).
- Le famiglie sono invitate a casa a co-creare la proposta.
- L’attività rientra in un percorso PCTO o educazione civica.
- I risultati (es. ricettario o poster) vengono condivisi con altre scuole della rete SPS.

Limite:

Il modello è efficace ma spesso resta **analogico, interno e poco condiviso all’esterno**, con linguaggi scolastici o formali.

4.4 Modello ViviVero – Evoluzione (To-Be) del Modello SPS

Definizione sintetica:

ViviVero tradurrà ulteriormente il modello SPS in **azione comunicativa nativa digitale**, usando i social come strumenti di coinvolgimento e propagazione tra pari.

Esempio pratico ViviVero:

Partendo dallo stesso tema (“una merenda che fa bene”), gli studenti:

- Filmano un breve video con lo smartphone in cui raccontano la loro merenda con uno stile TikTok.
- Creano un format replicabile: #merendaviva
- Diffondono i contenuti sui profili social scolastici (o creati ad hoc)
- Invitano altri compagni a replicare e a votare le proposte.
- Il contenuto diventa visibile, condivisibile, valutabile anche da chi non partecipa direttamente.

Vantaggio:

Si attiverà un ciclo **virale, partecipativo, reticolare**, in linea con la dimensione digitale dei ragazzi e con la cornice SPS, ma portato nel loro mondo.

Riferimenti ufficiali

Tutti i materiali e le linee guida del modello SPS sono consultabili su:
<https://www.scuolapromuovesalute.it>

5. Target Primario e Secondario

ViviVero definisce in modo preciso i propri destinatari, sia in fase di attivazione che di diffusione. La segmentazione del target è essenziale per costruire contenuti efficaci, scegliere i canali giusti e impostare strategie di coinvolgimento coerenti.

Il modello che verrà adottato non partirà da una visione generica del pubblico giovanile, ma dalla comprensione delle **differenze di età, linguaggio, contesto e ruolo educativo** all'interno del sistema scuola.

5.1 Target Primario

- **Studenti 13–15 anni**

Studenti del primo biennio delle scuole secondarie di secondo grado. Sono in una fase delicata di transizione tra scuola media e superiore, con una forte esigenza di appartenenza e riconoscimento. Rappresentano il pubblico più ricettivo a stimoli di comunicazione creativa e peer-based.

- **Insegnanti e Tutor scolastici**

Sono figure chiave per attivare i gruppi di studenti, facilitare l'integrazione nei percorsi scolastici (PCTO, educazione civica) e accompagnare il lavoro di gruppo. La loro adesione consapevole al progetto è una condizione necessaria per l'efficacia.

- **Famiglie**

Coinvolte non tanto come target comunicativo diretto, quanto come **ambiente di rinforzo educativo**. Attraverso contenuti pensati anche per loro, possono diventare parte del processo di cambiamento culturale.

5.2 Target Secondario

- **Studenti 16–17 anni**

Adolescenti più maturi, già più autonomi nei comportamenti sociali e digitali. Possono diventare **referenti interni alle scuole**, con il ruolo di ambasciatori, creatori di contenuti, facilitatori e punti di contatto tra pari.

Il progetto li considera **una risorsa formativa per i gruppi più giovani**, sia in termini di linguaggio che di modello comportamentale. Il loro coinvolgimento attivo può alleggerire il lavoro degli insegnanti, offrendo figure di riferimento **vicine per età ma solide per competenza comunicativa**, in grado di interpretare e amplificare il messaggio in modo credibile.

Allo stesso tempo, il loro ruolo può stimolare **il dialogo intergenerazionale con docenti e famiglie**, aiutando a colmare i divari culturali e digitali che spesso ostacolano la comprensione reciproca.

5.3 Approccio alla Segmentazione

La segmentazione del target non è solo anagrafica, ma **comportamentale e mediale**. Il progetto tiene conto del fatto che ogni fascia d'età vive il digitale in modo diverso:

- I **13–15enni** sono immersi nel digitale come spettatori, consumatori e primi creatori di contenuti, ma hanno ancora **bisogno di guida e di mediazione**. Usano molto TikTok e Instagram, preferiscono format visivi e brevi, si muovono per imitazione. La comunicazione per loro deve essere **diretta, riconoscibile, ma anche educativa senza essere moralistica**.
- I **16–17enni** cominciano ad avere **capacità di scelta e di rielaborazione**. Sanno distinguere contenuti autentici da quelli costruiti e si aspettano verità e coerenza. Sono più esigenti e selettivi, ma anche più capaci di **generare contenuti e animare reti**. Il loro coinvolgimento è cruciale non solo come destinatari, ma come **catalizzatori della propagazione**.
- Gli **insegnanti** vanno supportati con strumenti semplici e integrabili nel flusso scolastico. Non sono un pubblico digitale nativo, ma sono la **cerniera** che permette al progetto di entrare stabilmente nella scuola. A loro vanno offerte schede, materiali e contenuti fruibili in aula o online, in linea con l'approccio SPS.
- Le **famiglie** devono essere raggiunte in modo discreto ma efficace, con **contenuti orientati al dialogo**, che possano stimolare riflessione, fiducia e condivisione.

Questa segmentazione mirata consente di **parlare a ciascuno con il tono, il canale e l'obiettivo giusto**, mantenendo però un'identità comunicativa unitaria e coerente.

6. Strategia Comunicativa Generale

La strategia comunicativa di **ViviVero** sarà costruita per **trasformare contenuti educativi e sanitari in esperienze comunicative efficaci, condivisibili e adatte al linguaggio dei giovani**.

Come precedentemente scritto, l'approccio non è generico né improvvisato: si fonda su un modello che integra **coerenza valoriale, controllo editoriale, efficienza produttiva e tracciabilità dei risultati**. Ogni azione comunicativa sarà orientata ad uno scopo chiaro e misurabile.

6.1 Principi guida

La strategia si fonda su cinque principi fondamentali:

- **Centralità del target**

Tutti i contenuti, i formati e i canali saranno selezionati in funzione delle abitudini di consumo mediale del target. Non si chiederà ai giovani di adattarsi alla comunicazione istituzionale: è la comunicazione che si adatterà a loro, mantenendo rigore nei contenuti.

- **Struttura e replicabilità**

Ogni fase della comunicazione sarà documentata, misurata e organizzata in modo da poter essere replicata in altri contesti scolastici, anche da soggetti terzi (es. altre scuole, ASL, reti SPS).

- **Coinvolgimento attivo dei destinatari**

Gli studenti non saranno semplici osservatori ma **coprotagonisti della comunicazione**, sia nella fase creativa che nella diffusione dei messaggi. Questo permetterà un effetto moltiplicatore reale e spontaneo.

- **Compatibilità con il contesto scolastico**

La strategia non forza l'ingresso nelle scuole, ma si adatterà ai loro tempi e vincoli. Tutti i contenuti saranno pensati per essere integrabili nei percorsi PCTO, di educazione civica o attività laboratoriali.

- **Controllo qualitativo e analisi di impatto**

Ogni azione sarà tracciata in termini di produzione, diffusione e ricezione. L'analisi del sentiment, dell'engagement e dei feedback verrà utilizzata per **ottimizzare il piano in tempo reale**.

6.2 Metodo operativo

La strategia si sviluppa attraverso un modello operativo lineare ma flessibile, costruito su 5 azioni chiave:

- **Framework editoriale strutturato**

Ogni contenuto nasce da una **griglia predefinita** che indicherà:

- l'obiettivo comunicativo (es. sensibilizzazione, engagement, call to action),
- il formato previsto (es. video TikTok, infografica Instagram, podcast audio),
- il pubblico di riferimento.

Esempio: un video di 45 secondi su “bere acqua anziché bevande zuccherate” viene categorizzato come microcontenuto ad alta replicabilità per studenti 13–15 anni.

- **Modularità tematica**

Il piano sarà costruito per moduli, ciascuno dedicato a un **tema centrale** (es. alimentazione, attività fisica, benessere mentale, uso consapevole dei social), facilmente riadattabili a diversi contesti scolastici o locali.

Esempio: la sfida #merendaviva può essere proposta in una scuola urbana o in una scuola rurale, adattando gli esempi di prodotti, ma mantenendo lo stesso schema narrativo.

- **Redazione integrata**

La creazione dei contenuti sarà sempre condivisa tra il team professionale di comunicazione e **studenti referenti** delle scuole pilota. Questo consente una validazione culturale diretta e una produzione più vicina ai codici del target.

Esempio: un reel Instagram viene scritto dal content strategist, ma girato da uno studente che partecipa al gruppo di lavoro scolastico e ne cura l'interpretazione.

- **Revisione e controllo qualità**

Ogni contenuto sarà sottoposto a un processo di validazione che garantisce:

- chiarezza del messaggio,
- coerenza con gli obiettivi educativi,
- aderenza al tone of voice definito.

Esempio: prima della pubblicazione di una serie di stories su “attività fisica quotidiana”, il materiale è revisionato da un referente del progetto e da un docente tutor.

- **Monitoraggio e ottimizzazione in tempo reale**

L'analisi delle performance (engagement, feedback qualitativi, sentiment, reach) guiderà ed orienterà costantemente l'evoluzione del piano. Le attività non funzionanti verranno ridefinite, quelle più efficaci amplificate.

Esempio: se una mini-serie video su Instagram riceve bassa interazione ma feedback positivi in aula, il contenuto viene adattato in formato presentazione per l'uso durante le ore scolastiche, anziché solo digitale.

6.3 Efficienza e visione di lungo periodo

La strategia comunicativa di *ViviVero* sarà progettata per essere **efficace fin dalla fase pilota**, ma anche per **sostenersi nel medio-lungo periodo** attraverso strumenti leggeri, economici e integrabili. Nessuna scelta sarà lasciata al caso: ogni contenuto ha una funzione precisa all'interno di un ecosistema narrativo che tiene insieme scuola, giovani, famiglie e istituzioni.

7. Canali e Linguaggi

La scelta dei canali e dei linguaggi non è un elemento decorativo, ma una leva funzionale alla riuscita del progetto. Ogni contenuto, anche il più valido dal punto di vista educativo o scientifico, perde efficacia se non è veicolato nel modo giusto, nel contesto giusto e con il linguaggio adatto al destinatario.

ViviVero utilizzerà canali nativi digitali, affiancati da strumenti scolastici e di comunità. Per ciascun canale verranno definiti:

- scopo primario (es. diffusione, ingaggio, raccolta di contenuti),
- linguaggio e formato ottimali,
- relazione con il target (primario o secondario),
- modalità di test e misurazione dell'efficacia.

Proposta Instagram

- Ruolo: canale di visibilità e narrazione visiva continuativa.
- Linguaggio: visuale, diretto, ironico o motivazionale a seconda del format (reel, stories, caroselli).
- Target: entrambi, con prevalenza 13–16 anni.
- CTA tipiche: sfide, quiz, reaction, sondaggi.
- Note operative: ottimo per costruire “routine visive” e creare identità condivisa. Storytelling attraverso rubriche visive fisse.
- Misurazione: engagement stories, top forward/backward, salvataggi, DM ricevuti.

Proposta TikTok

- Ruolo: contenuto ad alto impatto emotivo e virale.
- Linguaggio: micro-narrativo, tendenziale, a volte parodico, ma efficace se autentico.
- Target: 13–15 anni, altissima ricettività emotiva.
- CTA tipiche: partecipazione a challenge, duetti, “mostra il tuo”.
- Note operative: alto potenziale di replica se si parte da contenuti co-creati dagli studenti stessi.
- Misurazione: completamento video, like, share, commenti con tag tra pari.

Proposta Spotify / Podcast brevi

- Ruolo: approfondimento in formato audio, da ascoltare in mobilità o in classe.
- Linguaggio: narrativo, confidenziale, con ospiti giovani o autorevoli.
- Target: studenti 16–17 anni, docenti e famiglie.
- CTA tipiche: “ascolta e condividi”, “commenta in classe”, “crea la tua puntata”.
- Note operative: ideale per temi più sensibili (es. benessere mentale) o per “dare voce” a giovani testimonial.

- Misurazione: tempo medio di ascolto, condivisioni, download, feedback qualitativi raccolti via form.

Proposta Web radio e blog scolastici

- Ruolo: strumento di creazione interna alle scuole.
- Linguaggio: editoriale e laboratoriale, guidato ma creativo.
- Target: misto, più legato al contesto locale.
- CTA tipiche: “pubblica sul blog del tuo istituto”, “manda il tuo podcast”.
- Note operative: utile per valorizzare le produzioni delle scuole e attivare micro-reti.
- Misurazione: frequenza contributi, visibilità dei contenuti, qualità delle interazioni interne.

Proposta Google Forms / Sondaggi interattivi

- Ruolo: strumento di feedback e coinvolgimento leggero.
- Linguaggio: neutro, ironico o giocoso a seconda del contesto.
- Target: entrambi, in modalità specifica.
- CTA tipiche: “dicci cosa ne pensi”, “scegli tu il tema del mese”, “crea il tuo quiz”.
- Note operative: ottimo anche per raccogliere idee e proposte direttamente dalle scuole.
- Misurazione: tasso di compilazione, varietà risposte, proposte ricevute.

Proposta Canali scolastici (aule, laboratori, PCTO, assemblee)

- Ruolo: spazio di attivazione e rielaborazione dei contenuti.
- Linguaggio: modulabile in base al docente e al contesto.
- Target: studenti e docenti.
- CTA tipiche: “porta questo contenuto in aula”, “riporta il feedback del tuo gruppo”.
- Note operative: anello di congiunzione tra contenuto digitale e costruzione di consapevolezza.
- Misurazione: numero scuole attive, materiali restituiti, adesione a percorsi didattici integrati.

Testing e adattamento continuo

Tutti i canali saranno oggetto di:

- test pilota durante la fase di avvio con almeno 3 scuole differenti per tipo e contesto (vedi capitolo 11: fasi operative);
- monitoraggio qualitativo e quantitativo durante l'erogazione dei contenuti;
- revisione mensile del piano in base ai risultati.

Questa impostazione renderà il piano flessibile ma strutturato, in grado di adattarsi alle esigenze reali dei giovani, migliorare nel tempo e garantire che ogni canale non sia solo “presenza”, ma presidio efficace.

8. Format e Contenuti

Nel progetto *ViviVero*, il contenuto non sarà solo “messaggio”, ma anche la forma che lo veicola. **Ogni format verrà progettato per attivare il target**, adattandosi al canale, al contesto e all’età, con una logica di progressione comunicativa e di coerenza narrativa.

Lo storytelling non sarà mai casuale, e ogni messaggio, per essere efficace, dovrà essere:

- accessibile ai più giovani (13–15),
- leggibile dagli adulti di riferimento (docenti, famiglie),
- **facilitato** dal target secondario (16–17 anni), che assume il ruolo di **interprete e acceleratore del messaggio**, capace di renderlo rilevante.

Questa funzione di “cerniera culturale” renderà il lavoro di content strategy e copywriting un’azione delicata, che richiederà un alto livello di personalizzazione e revisione continua.

8.1 Tipologie di format previsti

- **Video brevi (< 60 secondi)**
 - Obiettivo: generare attenzione e imitazione.
 - Format: reel, TikTok, mini-interviste, sketch narrativi.
 - Target: 13–15 (fruizione) / 16–17 (produzione).

Esempio: “3 cose che non sai sull’acqua che bevi” girato da studenti, postato su canale ufficiale.

- **Mini-serie social (3–5 episodi)**
 - Obiettivo: creare una micro-narrazione sequenziale che mantenga attenzione.
 - Format: pillole tematiche, stile docu-social, diario settimanale.
 - Target: misto, con protagonisti tra 15–17 anni.

Esempio: “Una settimana sana con...”, interpretata da una studentessa ambassador.

- **Meme informativi e infografiche**
 - Obiettivo: semplificare concetti, generare ricondivisione.
 - Format: visual a forte impatto + messaggio diretto o ironico.
 - Target: tutti, con stili grafici differenziati tra target.

Esempio: “Cosa succede al tuo corpo quando non dormi abbastanza?” – infografica animata.

- **Podcast / Clip audio (3–7 minuti)**
 - Obiettivo: generare approfondimento e riflessione.
 - Format: brevi episodi tematici con ospiti giovani o esperti accessibili.
 - Target: secondario + docenti + famiglie.

Esempio: “Staccare la testa: strategie per affrontare una giornata stressante”.

- **Challenge tematiche**

- Obiettivo: attivare il comportamento, creare partecipazione.
- Format: format replicabile con hashtag ufficiale.
- Target: primario (azione) + secondario (lancio/gestione).

Esempio: #merendaviva: condividi la tua idea di merenda sana.

- **Template editabili**

- Obiettivo: semplificare la partecipazione per studenti e scuole.
- Format: schede, modelli grafici, storyboard vuoti.
- Target: docenti, studenti referenti.

Esempio: "Storyboard per realizzare un reel su come ti prendi cura di te".

8.2 Adattamento e tecnica narrativa

Il progetto richiederà un importante lavoro di:

- **semplificazione linguistica**, per tradurre contenuti complessi (es. nutrizione, benessere emotivo) in storie concrete e riconoscibili;
- **coerenza narrativa cross-canale**, affinché ogni messaggio possa adattarsi a diversi format senza perdere identità;
- **gestione simultanea di tono e funzione**, bilanciando leggerezza comunicativa con profondità valoriale.

La produzione dei contenuti seguirà un approccio agile: si lavorerà per cicli brevi di test–produzione–validazione, tenendo conto dei feedback raccolti in tempo reale. Il lavoro del team comunicazione sarà costantemente supportato dal monitoraggio qualitativo da parte dei docenti e dei referenti scolastici.

9. Ruolo della Scuola come Agenzia Educativa di Comunità

Nel progetto *ViviVero*, la scuola non sarà solo un canale, ma un **elemento strutturale del modello comunicativo**. Seguendo i principi del modello **SPS – Scuole che Promuovono Salute**, la scuola viene riconosciuta come una **infrastruttura educativa e sociale**, in cui le azioni di promozione del benessere assumono valore solo se condivise, riconosciute e praticate nella quotidianità.

La scuola è il punto in cui convergono **intenzionalità educativa, presenza degli adulti di riferimento e relazioni tra pari**. Per questo motivo il progetto prevede un impianto operativo che valorizza il suo ruolo in modo multilivello, coerente con le esperienze più efficaci emerse dalle reti SPS.

9.1 Il triangolo: studenti – docenti – famiglie

Il funzionamento del modello richiede l'attivazione di un **triangolo educativo**, in cui ogni vertice assume una funzione specifica e complementare.

- **Studenti**

Divisi per fasce d'età, hanno ruoli differenziati: i più giovani come target da attivare e accompagnare, i più grandi come referenti, facilitatori e ponte comunicativo tra scuola e rete. Sono i protagonisti visibili e i vettori della propagazione peer-to-peer.

- **Docenti**

Non sono semplici "sorveglianti" del progetto, ma **mediatori culturali e attuatori strategici**. Forniscono il contesto, regolano i tempi, aiutano a tradurre l'esperienza in apprendimento. Il loro coinvolgimento è essenziale per dare continuità, legittimazione e rigore al lavoro degli studenti.

- **Famiglie**

Vanno informate, rese partecipi e rispettate nei tempi e nei linguaggi. Il progetto prevede contenuti e azioni di comunicazione secondaria che possano coinvolgerle in modo semplice e non invasivo. Il loro ruolo è rafforzare, a casa, i messaggi ricevuti a scuola.

9.2 Il coinvolgimento delle amministrazioni comunali

Il modello SPS ha dimostrato che, per funzionare in modo sistemico, è utile che la scuola venga **riconosciuta e supportata dal territorio**. In particolare, le amministrazioni comunali possono:

- contribuire alla **diffusione del progetto** nei contesti extrascolastici (centri giovani, biblioteche, consulte...);
- facilitare l'**accesso a spazi o risorse logistiche** per le attività;
- **coinvolgere referenti locali** nei gruppi di lavoro interistituzionali;
- prevedere una **integrazione progettuale nei Piani per il Diritto allo Studio** e nella **pianificazione sociale di zona**.

La collaborazione tra scuola e Comune può quindi rafforzare l'identità del progetto come azione comunitaria, non come semplice attività scolastica temporanea.

Il valore dell'integrazione sistemica

ViviVero non si sovrappone alla scuola: **entrerà dove la scuola è già attiva**, porterà strumenti aggiornati, linguaggi adeguati, format pronti, e si adatterà a ciò che ogni istituto può fare.

Il progetto si fonda sul principio che **la comunicazione della salute non è efficace se resta isolata**, né se si esaurisce in singole campagne o giornate a tema. È efficace se si **integra nei flussi educativi e territoriali**, parlando lo stesso linguaggio del sistema scuola.

Esempio concreto di integrazione sistemica:

Un istituto aderente al modello SPS decide di attivare un percorso interdisciplinare sul benessere psicofisico.

Con ViviVero:

- i docenti inseriscono i contenuti nelle ore di educazione civica e nelle attività PCTO, utilizzando rubriche e format già strutturati;
- un gruppo di studenti 16–17enni, formati come referenti, guida i compagni più giovani nella produzione di contenuti video e podcast;
- la web radio scolastica ospita episodi tematici settimanali;
- il Comune concede lo spazio della biblioteca per un evento finale;
- la ASL locale supporta con materiali validati;
- la dirigenza scolastica integra l'attività nel PTOF dell'anno successivo.

Questo approccio genererà **appartenenza, continuità, collaborazione interistituzionale** e consentirà al progetto di **uscire dall'evento e diventare processo**.

10. Call to Action Studentesca

Nel progetto *ViviVero*, le **Call to Action (CTA)** non saranno un elemento accessorio o promozionale. Saranno **strumenti di attivazione educativa**, progettati per trasformare il contenuto in comportamento, la ricezione in partecipazione, l'attenzione in coinvolgimento.

Nella comunicazione rivolta ai giovani, **non è sufficiente trasmettere un messaggio corretto**: occorre costruire un'occasione concreta per interiorizzarlo, testarlo, raccontarlo. Le CTA sono quindi **azioni piccole ma strategiche**, perché rendono visibile e misurabile la risposta del target al messaggio educativo.

10.1 Tematizzazione creativa

Ogni call to action partirà da un tema coerente con i contenuti del progetto (es. alimentazione, movimento, riposo, equilibrio emotivo) e lo **tradurrà in una sfida narrativa accessibile**. L'obiettivo è **dare forma concreta a un concetto**, per facilitare il passaggio tra contenuto e esperienza.

Esempio (per tema: alimentazione):

CTA: “#merendaviva – Condividi una merenda sana, originale e tua”

- Studenti più giovani postano una foto o un breve video
- Gli studenti referenti valutano, rilanciano o propongono “le 3 migliori merende della settimana”
- I docenti possono utilizzare i contenuti come spunto per una discussione in aula

Valore educativo: il tema della nutrizione non è affrontato in modo prescrittivo, ma attraverso un gesto simbolico e personale, che stimola riflessione, auto-osservazione e microcambiamento.

10.2 Disseminazione peer-to-peer

Le CTA saranno pensate per **innescare una propagazione naturale**, tra pari. Questo approccio, già validato nel modello SPS, consentirà una **circolazione più credibile ed efficace** dei messaggi, rispetto a interventi esclusivamente frontali.

Esempio (per tema: benessere mentale):

CTA: “#reset30 – Racconta cosa fai per staccare la testa per 30 minuti al giorno”

- L'attivazione parte dai referenti 16–17enni
- I contenuti vengono rilanciati dai canali ufficiali e scolastici

- Alcuni insegnanti integrano l'azione in aula con una riflessione guidata
- I migliori spunti vengono trasformati in un "manifesto anti-stress" da condividere anche con le famiglie

Valore per il gruppo di lavoro:

Le CTA permetteranno di:

- testare la ricezione reale del messaggio da parte del target;
- valutare il linguaggio più efficace per quel contesto;
- raccogliere contenuti generati dal basso (UGC) che possono essere riutilizzati per scopi educativi o comunicativi;
- attivare uno scambio comunicativo che non si ferma all'ascolto, ma invita all'azione e al racconto.

10.3 Perché le CTA non sono "inezie"... una riflessione!

In un progetto di prevenzione primaria rivolto ai giovani, **le CTA sono la prova pratica della ricezione**. Rappresentano **il primo passo verso l'autonomia del messaggio**, che non resta chiuso nella lezione o nel post, ma genera movimento.

Le CTA sono piccole, ma costano fatica progettuale: devono essere comprensibili, accessibili, non forzate, tracciabili, e devono avere una ricaduta visibile. Per questo richiedono un lavoro dedicato di copywriting, storytelling, test sul campo e revisione continua.

11. Motivazioni dell'Uso dei Social Media e Benefici Attesi

L'utilizzo dei social media nel progetto *ViviVero* non è una scelta estetica né una concessione al "linguaggio dei giovani". È una **scelta metodologica e strategica**, che risponde a due esigenze fondamentali:

- **Raggiungere i destinatari nei loro ambienti comunicativi naturali**
- **Permettere alla scuola di agire come infrastruttura educativa anche nella dimensione digitale**

Nel contesto di un modello come **SPS – Scuole che Promuovono Salute**, i social media rappresentano un **canale coerente con la logica di attivazione tra pari**, con la diffusione per reti orizzontali, e con il principio della comunicazione trasformativa.

11.1 Strumenti, non obiettivi!

È importante ribadire: *ViviVero* **non è un progetto social**. Diventerà un progetto di educazione alla salute e alla consapevolezza, che **usa i social media come strumento didattico, partecipativo e valutativo**.

L'obiettivo non sarà quello di "piacere" o "seguire una tendenza", ma **generare contenuti che parlino ai giovani e permettano loro di essere parte attiva del processo educativo**. I social diventeranno quindi:

- spazi di narrazione (es. mini-serie su Instagram);
- strumenti di coinvolgimento (challenge su TikTok, quiz su Stories);
- ambienti di restituzione (contenuti generati dagli studenti);
- canali di osservazione qualitativa (sentiment, engagement, linguaggi utilizzati).

11.2 Coerenza con la struttura SPS

L'integrazione tra **studenti – scuola – famiglia – istituzioni** è una condizione fondamentale del modello SPS. I social, se usati con rigore, **rendono questa integrazione più visibile e più attiva**:

- Gli **studenti** producono contenuti, commentano, reagiscono, si confrontano.
- La **scuola** può osservare in tempo reale le dinamiche comunicative, misurare l'efficacia dei messaggi, utilizzare materiali come base per l'attività didattica.
- Le **famiglie** hanno accesso a contenuti pensati anche per loro, con un linguaggio accessibile e non autoreferenziale.
- Le **istituzioni** (ATS, USR, ASL, Comuni...) possono vedere la portata del progetto, valutarne il valore pubblico e interagire attraverso canali tracciabili.

11.3 Valore aggiunto per il gruppo di lavoro

Per i soggetti coinvolti nel coordinamento e nell'attuazione del progetto, l'uso dei social consentirà:

- di **testare linguaggi** prima di portarli in aula o in pubblico;
- di **documentare** il percorso progettuale in modo visibile e continuo;
- di **collegare le azioni didattiche e istituzionali** in un ambiente fluido e trasversale;
- di **facilitare la partecipazione di soggetti esterni**, come enti locali, associazioni, testimonial, senza complicare la gestione scolastica.

11.4 Benefici Attesi

L'obiettivo finale è **educativo e trasformativo**: attivare nei giovani comportamenti sani, consapevoli e condivisi, attraverso strumenti comunicativi efficaci e coerenti con l'ambiente scuola, pertanto, i benefici attesi non saranno solo quantitativi, ma anche qualitativi e relazionali. Il valore del progetto si misurerà infatti in termini di:

- coinvolgimento,
- adesione spontanea,
- capacità della scuola di incorporare il modello in modo duraturo.

Maggiore engagement degli studenti

- Coinvolgimento diretto nelle attività di comunicazione;
- Ruolo attivo dei referenti studenteschi come moltiplicatori tra pari;
- Maggiore senso di appartenenza al progetto e alla comunità scolastica;
- Incentivo all'auto-osservazione e alla riflessione su abitudini e stili di vita.

Aumento della consapevolezza sui corretti stili di vita

- Interiorizzazione graduale dei messaggi legati a salute, alimentazione, benessere mentale, movimento;
- Miglioramento della qualità del dialogo tra studenti, docenti e famiglie sui temi trattati;
- Messa in pratica di piccole azioni quotidiane stimulate dalle CTA.

Integrazione nei percorsi scolastici

- Inserimento nei PCTO e nei percorsi di educazione civica;
- Utilizzo dei contenuti digitali come strumenti didattici e riflessivi;
- Integrazione nei PTOF delle scuole aderenti;
- Possibilità di replicabilità in altri istituti senza ricreare il progetto da zero.

Attivazione della comunità educante

- Coinvolgimento delle famiglie attraverso contenuti accessibili e iniziative leggere;
- Stimolo per i docenti a utilizzare linguaggi nuovi senza snaturare il ruolo educativo;
- Presidio positivo dei social media come ambiente comunicativo tra pari;
- Creazione di un'identità valoriale condivisa a livello scolastico e territoriale.

Valorizzazione del modello SPS

- *ViviVero* diventerà un **caso studio applicativo del modello SPS**, con possibilità di documentazione, scalabilità e presentazione istituzionale;
- Il progetto rafforza le reti esistenti e genera un effetto di **rafforzamento reciproco tra comunicazione, educazione e salute**.

Questo set di benefici rappresenterà **la cornice di valore** su cui poggeranno il piano operativo e il sistema di monitoraggio, con indicatori che verranno definiti in base ai contenuti attivati e alla risposta del target.

11.5 Verso il piano editoriale e operativo

Questa struttura ci permetterà di arrivare con chiarezza e coerenza ai prossimi capitoli e agli allegati, dedicati al **piano editoriale** e al **piano operativo**, che saranno costruiti per:

- garantire la compatibilità con i tempi scolastici;
- rispettare i ruoli educativi e istituzionali;
- ottimizzare l'effort comunicativo rispetto agli obiettivi educativi;
- mantenere un **equilibrio tra contenuti creativi e rigore progettuale**.

12. Fasi Operative del Progetto – fase pilota

ViviVero si articola in fasi operative definite, sequenziali e interdipendenti, adattate per rispondere a una nuova esigenza di sostenibilità e continuità progettuale. Le azioni si svilupperanno con gradualità, valorizzando il confronto con il gruppo di lavoro e consentendo alle scuole di partecipare senza eccessive pressioni.

Tutte le fasi saranno sottoposte a validazione da parte del gruppo tecnico-scientifico. La responsabilità esecutiva, editoriale e comunicativa resta in carico al Referente di Progetto nel rispetto del mandato progettuale condiviso con la governance.

La fase pilota del progetto è stata avviata nella provincia di Pavia con il coinvolgimento di istituzioni scolastiche appartenenti a differenti indirizzi formativi, tra scuole secondarie di primo grado, licei e istituti tecnici e professionali. Questa scelta ha consentito di testare la proposta del modello ViviVero in contesti educativi differenti, verificando la capacità del progetto di adattarsi alle specificità organizzative e pedagogiche delle scuole.

Nel corso della fase iniziale sono state realizzate le principali attività di attivazione istituzionale e organizzativa, tra cui:

- presentazione del progetto alle dirigenze scolastiche e ai referenti educazione alla salute;
- individuazione dei docenti referenti di progetto;
- attivazione dei primi gruppi studenteschi coinvolti nel percorso;
- introduzione ai temi del progetto e all'approccio educativo proposto.

Le scuole coinvolte hanno manifestato un interesse significativo verso l'iniziativa, evidenziando come il modello proposto sia percepito come coerente con le esigenze educative contemporanee e con le logiche operative della scuola. La fase immediatamente successiva del progetto prevede:

- la formazione dei docenti referenti;
- l'attivazione dei gruppi di peer educator;
- l'avvio delle attività di co-progettazione dei contenuti con gli studenti.

Questa fase rappresenta il cuore del percorso educativo del progetto, in quanto consente agli studenti di diventare protagonisti attivi nella costruzione dei messaggi di promozione della salute.

12.1 Avvio operativo, onboarding delle scuole e costruzione della roadmap

Questa fase definisce l'ingresso del progetto nel mondo scuola e pone le basi per una collaborazione strutturata con i plessi. Alla luce dei riscontri ricevuti da istituti scolastici (ritardi, necessità di calendarizzazione anticipata, sovraccarichi organizzativi), la tempistica

viene dilatata per consentire un avvio più fluido, senza compromettere la qualità delle azioni previste.

Obiettivi principali:

- Definire architettura narrativa e piano editoriale del progetto;
- Avviare un dialogo diretto, rispettoso dei tempi scolastici, con i referenti SPS;
- Raccogliere adesioni e costruire un primo calendario operativo con le scuole disponibili.

Attori coinvolti: Coordinamento progetto, USR, gruppo scientifico, SAPE, dirigenti scolastici, referenti SPS

Attività principali:

- Lancio di vivivero.org come hub digitale del progetto;
- Invio nota informativa ufficiale + supporto all'adesione;
- Validazione dei contenuti scientifici e comunicativi;
- Mappatura delle scuole partecipanti con indicazione di disponibilità temporali reali.

12.2 Sviluppo ecosistema digitale e attivazione progressiva del sito vivivero.org

Il sito dedicato sarà il cuore dell'identità digitale del progetto. Non solo punto di accesso informativo, ma spazio vivo, mobile-first, narrativamente efficace e completamente integrato con le piattaforme social.

Obiettivo:

Lanciare e mantenere aggiornato un portale orientato alla partecipazione studentesca e alla replicabilità territoriale.

Chi coinvolge:

Referente di Progetto, partner tecnici, studenti in fase di testing, gruppo scientifico

12.3 Costituzione dei gruppi redazionali scolastici

Le scuole che avranno aderito potranno attivare – secondo i propri tempi – micro-team studenteschi supportati da tutor interni. Grazie all'estensione del progetto, questa fase potrà essere costruita in modo flessibile, evitando forzature e favorendo una reale partecipazione dal basso.

Obiettivo:

Costruire un modello peer-to-peer stabile e coinvolgente, con studenti 13–15 come attori e 16–17 come referenti.

Chi coinvolge: Docenti tutor, studenti, Referente di Progetto, gruppo scientifico

Attività principali:

- Selezione dei partecipanti e incontri introduttivi;
- Incontri di co-design per attivare i primi format;
- Produzione iniziale assistita di contenuti.

12.4 Attivazione del piano editoriale e prima fase di pubblicazione

Il piano editoriale entrerà in funzione con gradualità. I contenuti saranno validati, prodotti secondo standard narrativi e scientifici coerenti con il target, e pubblicati in base ai tempi delle scuole e delle CTA condivise.

Obiettivo:

Consolidare l'identità comunicativa del progetto e renderla visibile sui canali digitali, in maniera partecipata.

Chi coinvolge: Referente di Progetto, studenti, docenti tutor, gruppo scientifico

12.5 Monitoraggio qualitativo e quantitativo

Il monitoraggio sarà diluito ma continuo, adattato alle diverse fasi e alla qualità dei contenuti prodotti. L'effort viene distribuito nel tempo, con raccolta dati graduale e analisi periodiche condivise.

Obiettivo:

Rilevare criticità, punti di forza e opportunità emergenti.

Chi coinvolge: Referente di Progetto, gruppo scientifico, stakeholder, USR

Attività principali:

- Analisi dati (reach, engagement, sentiment);
- Valutazione delle CTA attivate;
- Produzione di insight per la fase successiva.

12.6 Ottimizzazione contenuti e adattamento linguaggi

La fase di ottimizzazione viene concepita come ciclo continuo, non più legata a un solo mese. Grazie alla maggiore durata progettuale, l'effort si trasforma in manutenzione costante della qualità, con affiancamento leggero ma efficace ai gruppi scuola.

Obiettivo:

Valorizzare ciò che funziona, dismettere ciò che non funziona, migliorare progressivamente.

12.7 Restituzione, chiusura pubblica e disseminazione finale

La nuova estensione temporale consente una vera fase finale di restituzione partecipata: un momento di sintesi, visibilità e valorizzazione dell'intero progetto.

Obiettivo:

Restituire pubblicamente risultati, esperienze e contenuti, generare documentazione per la futura replicabilità.

Chi coinvolge: Coordinamento SPS, Regione Lombardia, stakeholder sanitari, rappresentanze studentesche

Attività previste:

- Evento finale pubblico (es. Cascina Rosa);
- Pubblicazione dei migliori contenuti studenti;
- Report narrativo finale e raccomandazioni operative.

13. La possibile estensione del progetto a livello regionale

I primi riscontri della fase pilota e l'interesse manifestato dalle reti scolastiche suggeriscono l'opportunità di avviare una progressiva estensione territoriale del progetto.

L'obiettivo è coinvolgere progressivamente le reti provinciali delle Scuole che Promuovono Salute, attivando nuove scuole partecipanti che possano sperimentare il modello *ViviVero* all'interno dei propri contesti educativi.

L'ipotesi operativa prevede una prima fase di estensione che potrà coinvolgere indicativamente **una scuola per provincia**, selezionata in accordo con le reti territoriali SPS e con gli uffici scolastici competenti.

Questo approccio graduale consente di mantenere un elevato livello di qualità educativa e di accompagnamento metodologico, evitando una crescita eccessivamente rapida che potrebbe compromettere la sostenibilità del progetto. Le scuole che aderiranno alla fase di estensione seguiranno lo stesso percorso metodologico già avviato nella fase pilota:

- presentazione del progetto;
- formazione dei docenti referenti;
- attivazione dei gruppi studenteschi;
- avvio delle attività di produzione dei contenuti.

Anche le nuove scuole potranno attivare i gruppi studenteschi e partecipare alle attività di co-progettazione e produzione dei contenuti previste dal progetto. Questa modalità consente di mantenere coerenza con il percorso già avviato nella provincia di Pavia, garantendo al tempo stesso una diffusione progressiva e sostenibile dell'iniziativa.

L'estensione territoriale del progetto *ViviVero* è progettata per inserirsi all'interno del ciclo operativo già avviato nella provincia di Pavia, mantenendo coerenza metodologica e continuità educativa. Il modello prevede che le nuove scuole provinciali entrino progressivamente nel progetto seguendo le stesse fasi già sperimentate nel pilota, ma con una tempistica leggermente differita, al fine di garantire adeguati tempi di adattamento e accompagnamento.

Questa scelta consente di evitare sovraccarichi organizzativi e di assicurare un percorso educativo sostenibile per studenti e docenti.

13.1 Le fasi dell'estensione territoriale

Attivazione istituzionale delle nuove scuole provinciali

Una volta approvata l'estensione territoriale del progetto, verrà avviata la fase di coinvolgimento delle nuove scuole appartenenti alle reti provinciali SPS. In questa fase vengono realizzate le seguenti attività:

- comunicazione istituzionale del progetto alle reti SPS provinciali;
- individuazione delle scuole partecipanti (indicativamente una per provincia);
- incontro di presentazione del progetto con dirigenti scolastici e docenti referenti;
- trasmissione del toolkit metodologico e dei materiali di progetto;
- allineamento operativo con il Team Comunicazione e la struttura di coordinamento.

Questa fase ricalca le attività che nel progetto pilota sono state svolte nella fase iniziale di avvio e legittimazione istituzionale.

Formazione docenti e attivazione dei gruppi studenteschi

Dopo la fase di presentazione istituzionale, le scuole coinvolte nell'estensione entrano nella fase educativa vera e propria. In questo periodo vengono svolte:

- sessioni di formazione dei docenti referenti;
- presentazione del progetto agli studenti delle classi coinvolte;
- identificazione dei gruppi studenteschi partecipanti;
- introduzione al toolkit creativo e ai format comunicativi ViviVero;
- primi momenti di confronto sui temi del progetto.

Questa fase riproduce la fase di **attivazione studentesca** prevista dal progetto pilota a cavallo fra I e II quadrimestre.

Co-design e produzione dei contenuti

Una volta attivati i gruppi studenteschi, anche le scuole delle nuove province entrano nella fase di produzione dei contenuti. Le attività previste comprendono:

- laboratori di co-progettazione dei messaggi;
- produzione dei primi contenuti video o narrativi;
- accompagnamento metodologico dei docenti;
- revisione formale ed etica dei materiali prodotti;
- validazione editoriale e istituzionale dei contenuti.

In questa fase i contenuti prodotti dalle nuove scuole possono iniziare a confluire nel flusso comunicativo del progetto, affiancandosi progressivamente ai contributi delle scuole pilota.

Integrazione nel ciclo comunicativo del progetto

Durante la fase finale dell'anno scolastico, le scuole coinvolte nell'estensione partecipano alle attività di restituzione. Le principali attività includono:

- aggregazione dei contenuti prodotti dalle scuole;
- integrazione dei contributi nel racconto complessivo del progetto;
- monitoraggio qualitativo e reputazionale delle attività digitali;
- raccolta e normalizzazione dei materiali prodotti.

Questo consente alle scuole delle nuove province di entrare pienamente nel ciclo operativo del progetto prima della pausa estiva.

Restituzione e consolidamento

La fase di restituzione rappresenta un momento di sintesi del lavoro svolto. Le attività previste includono:

- presentazione dei risultati del progetto;
- restituzione pubblica delle esperienze delle scuole;
- condivisione con gli stakeholder istituzionali e scolastici;
- raccolta delle evidenze utili per il consolidamento del modello.

Questa fase coincide con il momento di chiusura del primo ciclo del progetto, già previsto nel cronoprogramma del pilota.

Riallineamento e avvio del nuovo ciclo

Il periodo estivo viene utilizzato per la rielaborazione delle esperienze e per la preparazione del nuovo ciclo operativo. Questo consente di:

- consolidare il modello operativo;
- integrare eventuali nuove scuole;
- avviare il ciclo successivo con una base territoriale più ampia.

14. Risorse Scientifiche e Comunicazione coinvolte nel modello operativo

ViviVero richiede una struttura operativa snella ma altamente specializzata, in grado di coniugare **coerenza scientifica**, **capacità comunicativa** e **gestione multicanale dei contenuti**.

Se la responsabilità del modello di comunicazione sarà affidata a Referente di Progetto, assumerà il ruolo di:

- regia operativa e narrativa del progetto,
- supervisione della produzione e pubblicazione dei contenuti,
- coordinamento dei gruppi di lavoro scolastici e facilitazione delle redazioni studentesche,
- adattamento continuo in base ai dati raccolti e all'evoluzione del contesto.

Tutte le azioni comunicative saranno sempre costruite in sinergia con il **gruppo scientifico e istituzionale**, ma la **validazione finale e l'applicazione sul campo** spetteranno a Referente di Progetto per garantire coerenza editoriale, efficacia sul target e sostenibilità operativa.

La struttura sotto delineata propone e consentirà una **gestione modulare e integrata del progetto**, con:

- una **cabina di regia comunicativa autonoma (SAPE)**;
- un **board scientifico e istituzionale di validazione e orientamento**;
- la possibilità di **integrare rapidamente feedback e criticità** attraverso una rete di prossimità istituzionale ben strutturata.

14.1 Proposta di Team per la gestione della Comunicazione

Nome	Ruolo operativo	Funzione principale
Social Media Executive	Attuazione piano comunicazione	Pubblicazione flussi, gestione piano editoriale
Content Strategist / SMM	Creatività e produzione format	Ideazione rubriche, CTA, gestione tono e narrazione digitale
Video Designer / Video Editor / Video Maker / Podcaster	Produzione creativa audio / video	Video, grafiche, podcast, impaginazione, layout esperienziali
Analyst & Report Specialist	Monitoraggio e ottimizzazione	Misurazione dati, analisi engagement, supporto alla valutazione impatto e alla sentiment analysis

14.2 Nota finale alla composizione del team operativo

ViviVero, *come precedentemente scritto*, richiede una regia comunicativa articolata, in grado di tradurre contenuti complessi in linguaggi accessibili, efficaci e coerenti con il target giovanile. Per questo motivo, è stato strutturato un team dedicato che integra professionalità verticali nella comunicazione digitale e sociale, eventualmente coordinate da Referente di Progetto.

È naturale che, in un gruppo di lavoro così ricco di competenze scientifiche e istituzionali, possano emergere sensibilità e proposte anche in ambito comunicativo. Queste contribuzioni sono **preziose e benvenute**, a patto che vengano inserite **in un flusso progettuale condiviso**, che garantisca coerenza e standardizzazione narrativa, compatibilità con i canali digitali scelti e piena leggibilità per il target.

Proprio per tutelare l'efficacia complessiva del progetto, è stato definito un assetto che valorizza le competenze di tutti, pur mantenendo **una distinzione operativa tra funzione scientifica e funzione comunicativa**.

Ogni messaggio veicolato sarà frutto di un dialogo aperto e di un confronto costruttivo, ma dovrà essere finalizzato, adattato e validato dal team comunicazione, che ha la responsabilità di garantire il rispetto del piano editoriale, dei flussi di deploy e degli standard qualitativi definiti in fase di progettazione.

15. Governance e Stakeholder coinvolti

La governance *ViviVero* è stata concepita per garantire coerenza, efficienza operativa e valorizzazione delle competenze coinvolte, in linea con il modello SPS – Scuole che Promuovono Salute, da cui il progetto trae ispirazione metodologica.

15.1 Premessa sulla governance

Non si tratta soltanto di organizzare ruoli e funzioni, ma di **abilitare un sistema fluido e collaborativo**, dove le dimensioni istituzionali, scientifiche e comunicative cooperano secondo responsabilità definite e criteri condivisi. Il progetto si articolerà infatti su **più livelli funzionali**, che lavorano in sinergia:

- un livello **strategico-istituzionale**, che assicura visione, endorsement politico e allineamento con le reti scolastiche e sanitarie;
- un livello **tecnico-scientifico**, che presidia la qualità dei contenuti, la correttezza dei messaggi e la coerenza educativa;
- un livello **operativo-comunicativo**, che cura la trasformazione narrativa, la produzione dei contenuti e il deploy digitale verso i target.

Il sistema prevede spazi di confronto, momenti di validazione e strumenti di coordinamento condivisi, ma mantiene **un principio chiaro di responsabilità verticale**: la regia e l'attuazione dei contenuti comunicativi restano in capo a Referente di Progetto, con un eventuale mandato diretto alla gestione, al controllo qualitativo e alla "calendarizzazione" delle attività.

15.2 Struttura della governance – proposta operativa

Questa struttura è **una proposta di lavoro**, costruita per consentire una gestione efficace e trasparente delle responsabilità, nel rispetto delle competenze specifiche di ciascun attore.

Livello	Funzione	Attori principali
Strategico	Visione e sponsorship, raccordo politico-amministrativo, legittimazione pubblica	Sen. Cantù, USR, Regione Lombardia, Coordinamento SPS
Tecnico-scientifico	Validazione dei contenuti, coerenza educativa, supervisione scientifica	Corrado Celata, Luciana Volta, Giancarla Bernardo, Sergio Chiesa, Anna Maria Mancuso, Marco Silano, Danilo Mazzacane,
Operativo-comunicativo	Produzione contenuti, attivazione target, gestione flussi editoriali	Referente di Progetto, referenti scolastici, gruppi studenteschi, tutor docenti

15.3 Stakeholder coinvolti – proposta di mappatura

Anche in questo caso, si tratta di **una mappatura iniziale** suscettibile di evoluzione in base agli sviluppi del progetto.

Stakeholder	Ruolo nel progetto	Modalità di coinvolgimento
USR Lombardia	Supporto istituzionale e raccordo con le scuole SPS	Tavolo permanente, diffusione e selezione plessi
ATS/ASL locali	Validazione scientifica e supporto salute-scuola	Partecipazione consultiva e tecnica
Scuole pilota	Soggetti attuatori e community target	Adesione tramite nota informativa, nomina referenti, gruppi studenti
Regione Lombardia	Sostegno politico e promozione progettuale	Sponsorship pubblica e supporto alla scalabilità
Studenti	Target attivo, promotori peer	Produzione, engagement, feedback qualitativo
Famiglie	Target secondario	Disseminazione valoriale e supporto alla riflessione educativa

15.4 Flusso decisionale e di validazione

Per garantire coerenza tra contenuti, obiettivi educativi e modalità di comunicazione, viene proposta la seguente **struttura di validazione multilivello**, finalizzata a tutelare tutti gli attori coinvolti e rendere più efficiente il processo di produzione e deploy. La responsabilità finale della pubblicazione sarà in capo al Referente di Progetto, se avrà il mandato dal gruppo di lavoro di **preservare la coerenza narrativa e l'efficacia comunicativa dell'intero progetto**.

Fase	Responsabile	Obiettivo
Ideazione contenuto / attività	Referente di Progetto (con gruppi studenti e referenti) + Board (+ referenti scuole?)	Proposta coerente con target, canale, timing e CTA
Validazione tematica e scientifica	Gruppo scientifico (board)	Verifica correttezza contenuti e coerenza con SPS
Adattamento linguistico e narrativo	Referente di Progetto + Content Strategist + Social Media Manager	Traduzione comunicativa efficace, tono e formato adeguati
Approvazione finale al deploy	Referente di Progetto + Content Strategist + Social Media Executive	Controllo qualità, rispetto calendario, pubblicazione operativa

15.5 Proposta di strumenti condivisi di coordinamento

Il coordinamento sarà supportato da strumenti agili e accessibili, già in uso o in fase di attivazione:

- **Gruppo WhatsApp operativo:** per comunicazioni rapide e organizzative;
- **TheBrain:** per l'organizzazione strutturata di milestone / cluster, contenuti condivisi, validazione, versioni e flussi;
- **Documentazione cloud condivisa:** repository redazionale, infografiche, materiale audio/video e tecnico documentale (da attivare).

16. Eventi e Incontri Significativi

In un progetto che parla di vita reale e di vero coinvolgimento, non possono mancare i momenti in cui tutto ciò che è stato pensato, scritto, condiviso prenda forma.

Gli **eventi** di *ViviVero* non saranno semplici “cerimonie”: saranno “**spazi attivatori di senso**”, dove le parole diventano volti, le idee diventano azioni e le scuole si raccontano per quello che sono: **laboratori di futuro**.

Dare forma pubblica a questo percorso significherà **restituire valore al lavoro degli studenti, dei docenti, dei partner** e accendere nuove scintille nel sistema educativo.

16.1 Evento Finale – Celebrazione del Progetto Pilota

“Un momento per riconoscersi, raccontarsi, rilanciare”

Ogni viaggio merita una destinazione memorabile. L’evento finale di *ViviVero* sarà **la celebrazione collettiva** di un percorso costruito insieme, con passione e visione.

Sarà l’occasione per **valorizzare la voce degli studenti**, offrire loro uno spazio simbolico e concreto in cui presentare ciò che hanno realizzato.

Un evento che unisce scuola, istituzioni e ricerca, in una **narrazione condivisa della salute** che parte dai giovani per arrivare a tutti.

- **Proposta operativa:**
 - **Luogo simbolico:** Campus Cascina Rosa – centro di educazione alimentare e prevenzione oncologica.
 - **Ospite d’onore:** Dott.ssa Anna Villarini Pasanisi.
- **Contenuti:**
 - Presentazione degli output studenteschi (slogan, visual, post);
 - Tavola rotonda istituzionale;
 - **Aperitivo della Salute:** un gesto semplice ma potente per trasformare il tema in esperienza.
- **Obiettivo:**

L’obiettivo dell’evento finale non sarà solo quello di concludere il progetto, ma di **restituire visibilità e valore al percorso compiuto** dagli studenti, dai docenti e da tutti i partner coinvolti.

Vogliamo creare un momento pubblico che permetterà alle scuole di **raccontare la propria esperienza**, di mostrare cosa è nato dal confronto con il progetto *ViviVero* e di farlo in uno spazio accogliente e simbolico.

L'evento sarà anche un'occasione preziosa per **generare contenuti utili alla comunicazione futura** – interviste, video, fotografie, slogan – che potranno essere riutilizzati come patrimonio condiviso. Ma soprattutto, sarà un momento per **rafforzare il senso di appartenenza e di continuità**, per dare corpo e voce alla comunità educante e per **lanciare un segnale chiaro**: la salute, se costruita insieme, può diventare un'esperienza desiderabile, inclusiva e contagiosa!

16.2 Eventi intermedi e momenti di co-progettazione

“Non si costruisce partecipazione senza incontrarsi”

Ogni progetto vivo e orientato al cambiamento ha bisogno di pause per respirare, confrontarsi, ascoltare.

Nel percorso esteso di *ViviVero*, gli eventi intermedi assumono un ruolo strategico: diventano snodi vitali per accendere, riaccordare e rilanciare il senso della partecipazione lungo tutta la durata del progetto.

Si tratta di momenti dinamici, costruiti per coinvolgere studenti, docenti e stakeholder in attività concrete: ideazione creativa, confronto tematico, co-costruzione editoriale e restituzione pubblica dei percorsi.

Proposta aggiornamento incontri principali:

- **Kick-off operativo**

Avvio istituzionale e motivazionale con i team scolastici coinvolti. Un primo momento di ingaggio condiviso, orientato all'allineamento degli obiettivi.

- **Sessioni di co-design e attivazione studentesca**

Laboratori locali o digitali per la costruzione partecipata dei contenuti, dei format comunicativi e delle call to action.

- **Verifica e rilancio contenuti**

Incontro tecnico-qualitativo per rilevare l'andamento della sperimentazione e ridefinire format, linguaggi e canali secondo i feedback raccolti.

- **Dialoghi di territorio**

Incontri decentrati con rappresentanti di comunità educanti, enti locali, ATS e reti scolastiche per radicare il progetto nel contesto regionale e generare ownership locale.

- **Creative Jam**

Maratona creativa interscolastica (online o in presenza), in cui team di studenti elaborano concept comunicativi, rubriche tematiche e contenuti da diffondere durante la fase estiva.

- **Forum di metà percorso**

Evento istituzionale di visione e bilancio. Restituzione pubblica dei risultati intermedi, confronto con esperti e rilancio delle azioni per il semestre successivo.

- **Eventi di racconto territoriale e scambio tra scuole**

Momenti narrativi e “performativi” nei territori, con protagonismo degli studenti e apertura alla cittadinanza.

- **Evento finale e “consegna” ereditarietà progettuale**

Chiusura simbolica e progettuale: restituzione conclusiva, passaggio di testimone, “sistematizzazione” delle buone pratiche e visione di futuro condivisa.

Ogni incontro sarà un “acceleratore di senso”, una piattaforma relazionale, un’occasione per far emergere nuove idee, nuove competenze e nuovi protagonismi. Insieme, questi eventi costituiranno la spina dorsale creativa e istituzionale di *ViviVero*, garantendo coerenza, qualità e continuità a tutto il percorso.

16.3 Valore “trasformativo” degli eventi

“Quando l’esperienza supera l’intenzione”

Un evento ben progettato non chiude: apre nuove possibilità. Non celebra: trasforma.

Nel progetto *ViviVero*, gli eventi saranno strumenti di attivazione collettiva. Il loro valore starà nella capacità di generare emozioni, visibilità e coinvolgimento diffuso.

Saranno spazi fertili per costruire memoria condivisa, per mettere in rete energie diverse e per trasformare la comunicazione in un vero atto educativo.

Qui si produrrà conoscenza autentica. Qui si sedimenteranno pratiche che resteranno. Qui nasceranno i presupposti per un passaggio di testimone fra scuole, territori e istituzioni.

“È qui che il progetto si farà movimento”.

17. Presentazione al Coordinamento Rete SPS Lombardia

Si prevede un Evento di Presentazione al Coordinamento della Rete SPS Lombardia, quale momento delicato e strategico: qui non stiamo solo “mostrando un progetto”, ma proponendo di integrarlo *nella visione e nelle pratiche già consolidate* del modello SPS (Scuole che Promuovono Salute).

Ecco un possibile **percorso “narrativo” e strutturale del messaggio**, che può essere usato come base per la proposta da presentare al Coordinamento, in aggiunta alla Nota Informativa ufficiale che verrà spedita alle scuole all’avvio del progetto.

18. L'ipotesi di uno Studio mirato

Il Progetto si avvale anche della possibilità di studio con ISS con l'obiettivo di valutare la variazione del Microbiota Health Composite Index (MHCI) in adolescenti di età compresa tra 15 e 17 anni nell'arco di 12 mesi, mediante analisi del sequenziamento 16S rRNA.

Tra gli obiettivi si riportano i seguenti

1. Caratterizzare l'associazione tra variazione di MHCI e fattori modificabili dello stile di vita (dieta, attività fisica)
2. Valutare l'impatto dell'uso di antibiotici sulla variazione di MHCI
3. Esplorare le differenze nella variazione di MHCI stratificate per sesso
4. Analizzare la relazione tra BMI basale e variazione di MHCI
5. Confrontare la variazione di MHCI tra il Gruppo Studio e il Gruppo di Controllo a dieta vincolata (celiachia, intolleranza al glutine non celiaca, intolleranza al lattosio, allergia alle proteine del latte vaccino, altre restrizioni dietetiche su base diagnostica), per valutare l'effetto differenziale dei pattern alimentari costretti sul profilo microbiotico longitudinale.